8章　デジタルサイネージガイドライン

CONTENTS

1　はじめに 8-1

2　協議対象 8-2

協議の対象となるデジタルサイネージ 8-2

協議対象地区 8-3

3　基本方針―景観誘導の考え方 8-5

4　設置基準 8-6

建物低層部に設置する場合 8-6

建物中層部に設置する場合 8-7

5　設置基準の解説 8-8

建物低層部 8-9

・前提条件 8-9

・設置位置、形態・意匠の基準 8-10

・快適な街路景観創出のための基準 8-11

・周辺への影響を抑えるための基準 8-13

・コンテンツの基準 8-15

建物中層部 8-17

・前提条件 8-17

・設置位置、形態・意匠の基準 8-18

コンテンツ作成のポイント 8-19

デジタルサイネージ設置時チェックシート 8-24

6　協議等手続きについて 8-29

必要な提出書類について 8-29

内部取扱規定・地域独自の基準の策定について 8-32

設置協議 8-33

実績報告 8-34

景観コラム

デジタルサイネージが都市景観にもたらす影響について 8-13

福田　知弘（大阪大学　大学院工学研究科　准教授）

1

はじめに

街を行き来する人を対象に多様な情報を発信

街を行き来する人や施設等を利用する人を対象に施設情報を発信

本ガイドラインでは、デジタルサイネージの設置に関する誘導方針や基準について解説しています。

デジタルサイネージは、広告物自体が発光することに加えて文字や映像が動く媒体であり、通常の屋外広告物以上に、夜間景観を含めた景観形成上影響が大きく、景観に悪影響を及ぼす恐れがあります。

そのため、重点届出区域については「点滅又は回転等をする広告物」として、モデル区間を除き、これまで原則掲出を不可としてきました。

しかし、近年デジタルサイネージを活用した商用広告の普及や緊急時の情報発信等のニーズが増えていることから、「重点届出区域におけるデジタルサイネージ等取扱要綱」の改正（令和３年４月１日）を行い、景観面に配慮した一定の基準を満たすものについては、掲出を認めることとしました。

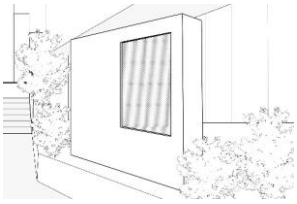
本ガイドラインでは、設置に関する誘導方針や要綱に規定されている基準について、イラストや図を用いた解説や基準に準拠した良好な事例などをハード・ソフトの両面から取りまとめています。

本ガイドラインを効果的に運用することで、重点届出区域のにぎわいのあるまちづくりをすすめるとともに、都市景観の魅力を高めることで、良好な景観形成を目指したいと考えています。

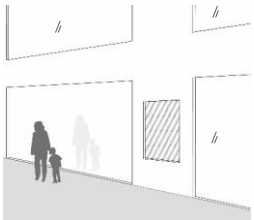
建物中層部に設置

ペデストリアンデッキに設置

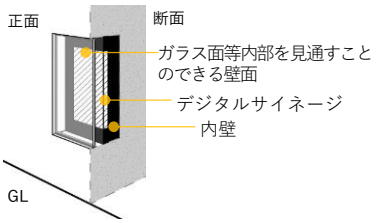
建物周辺に自立式を設置



建物低層部に設置



ガラス面の内側に貼り付けられる広告物及びそれに類する広告物

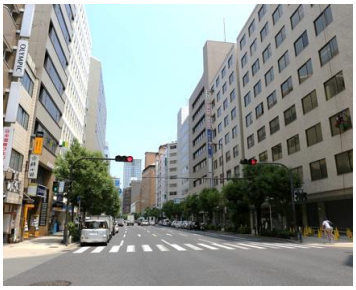


ガラス面等の内側がデジタルサイネージの専用スペースとなっているものに限ります。

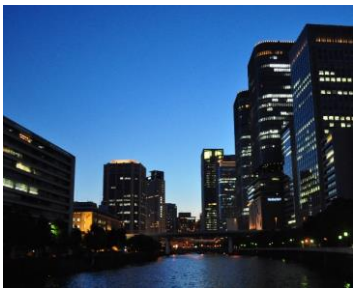
自立式や壁面に設置するデジタルサイネージが協議対象です。

（ガラス面の内側に貼り付けたものも含みます。）

協議の対象となるデジタルサイネージは常時又は一定の期間継続して屋外で公衆に情報を発信するディスプレイ等の電子的な表示機器を用いた、表示内容が可変する屋外広告物（ガラス面の内側に貼り付けられる広告物及びそれに類する広告物を含む）とします。



四つ橋筋地区
四つ橋筋
四つ橋筋に面する敷地
大阪駅前(阪神前交差点)
～千日前通



中之島地区
中之島全域
土佐堀川・堂島川・大川
天満橋～船津橋

土佐堀通地区
土佐堀通
土佐堀通に面する敷地
なにわ筋～谷町筋

なにわ筋地区
なにわ筋
なにわ筋に面する敷地
国道２号～千日前通

御堂筋地区
御堂筋
御堂筋に面する敷地
大阪駅前(大阪環状線)～土佐堀通
長堀通～難波駅前(難波西口交差点)

堺筋地区
堺筋
堺筋に面する敷地
土佐堀通～千日前通

建物低層部 重点届出区域を協議対象地区としています。
（「国道２号地区」を除く）

まちなみ創造区域（御堂筋デザインガイドライン地区）は別途御堂筋デザインガイドラインに基づく協議が必要です。
なお、詳細な地区の位置については、マップナビおおさかで確認できます。

重点届出区域とは

本市では市域全域を景観計画区域として定めています。区域は「基本届出区域（３区域）」、「重点届出区域（７地区）」、「まちなみ創造区域（１地区）」からなります。
重点届出区域については、地域固有の特性をいかした重点的な景観形成方策を展開するエリアとして、これまで景観関連施策を実施してきた地区など、一定の景観形成や社会的な認知が進んでいると考えられ、今後の景観施策の展開により更なる効果が期待できる地区を区域として定めています。
区域の詳細については大阪市景観計画を参照ください。

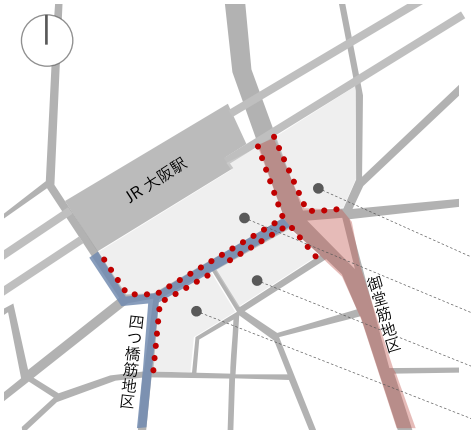
大阪市景観計画
https://www.city.osaka.lg.jp/toshikeikaku/page/0000498760.html

位置図

マップナビおおさか
「その他まちづくり」→「都市景観に関する情報」
https://www.mapnavi.city.osaka.lg.jp/osakacity/Portal?mid=26

大阪駅周辺沿道地区

御堂筋　大阪環状線～梅田新道交差点
四つ橋筋　阪神前交差点～桜橋交差点



協議対象部分　位置図

角田町８番街区
梅田３丁目１番街区
梅田１丁目１３番街区
梅田１丁目８番街区

協議対象となる区域

難波駅周辺沿道地区

御堂筋　道頓堀橋北詰交差点～難波西口交差点

協議対象部分　位置図

難波３丁目８番街区
難波４丁目４番街区
難波５丁目１番街区

協議対象となる区域

建物中層部

「大阪駅周辺沿道地区」及び「難波駅周辺沿道地区」を協議対象地区としています。

来街者の利便性や安全性を高める情報発信によってエリア全体のまちの魅力向上といった効果の発揮を期待できるエリアであり、ターミナル拠点の特性を有する「大阪駅周辺沿道地区」及び「難波駅周辺沿道地区」を協議対象地区としています。

※ 対象となる区域のうち、当該街路（御堂筋・四つ橋筋）から視認できるものが協議対象となります。詳細については窓口まで問合せください。（問い合わせ先：06-6208-7887）

きめ細やかな景観誘導

地域の特性を踏まえ、風格の創出やまちの活性化等を意識し、きめ細やかな景観誘導を行います。

周辺との調和

デジタルサイネージの筐体やコンテンツは周辺景観との調和に配慮したものとなるよう誘導します。

快適な街路景観の創出

（建物低層部）

建物低層部に設置されるデジタルサイネージについては、快適な街路景観創出につながる周辺景観と調和したものを誘導します。

にぎわい形成やまちの魅力向上

（建物中層部）

地域の特性を踏まえ、風格の創出やまちの活性化等を意識し、きめ細やかな景観誘導を行います。

地域固有の特性に応じた都市景観の形成を推進していきます。

デジタルサイネージは光や動きを活用した情報伝達媒体であり、従来の屋外広告物に比べて多様な表現が可能です。

デジタルサイネージは人の目を引きやすく、まちの情報を広く提供し経済活動の円滑化に不可欠なものとなりつつある一方で、その普及に伴い都市景観に与える影響も大きくなってきています。

デジタルサイネージが無秩序な状態で氾濫すると、街の美観や自然の風致を損なうことにもなりかねません。

そこで、設置協議対象地区のそれぞれの地区の方針を踏まえた良好な景観を形成していくために、上記の考え方に基づいたデジタルサイネージの設置等に関する基準を定め、風格の創出やにぎわい形成など、地域固有の特性に応じた都市景観の形成を推進していきます。

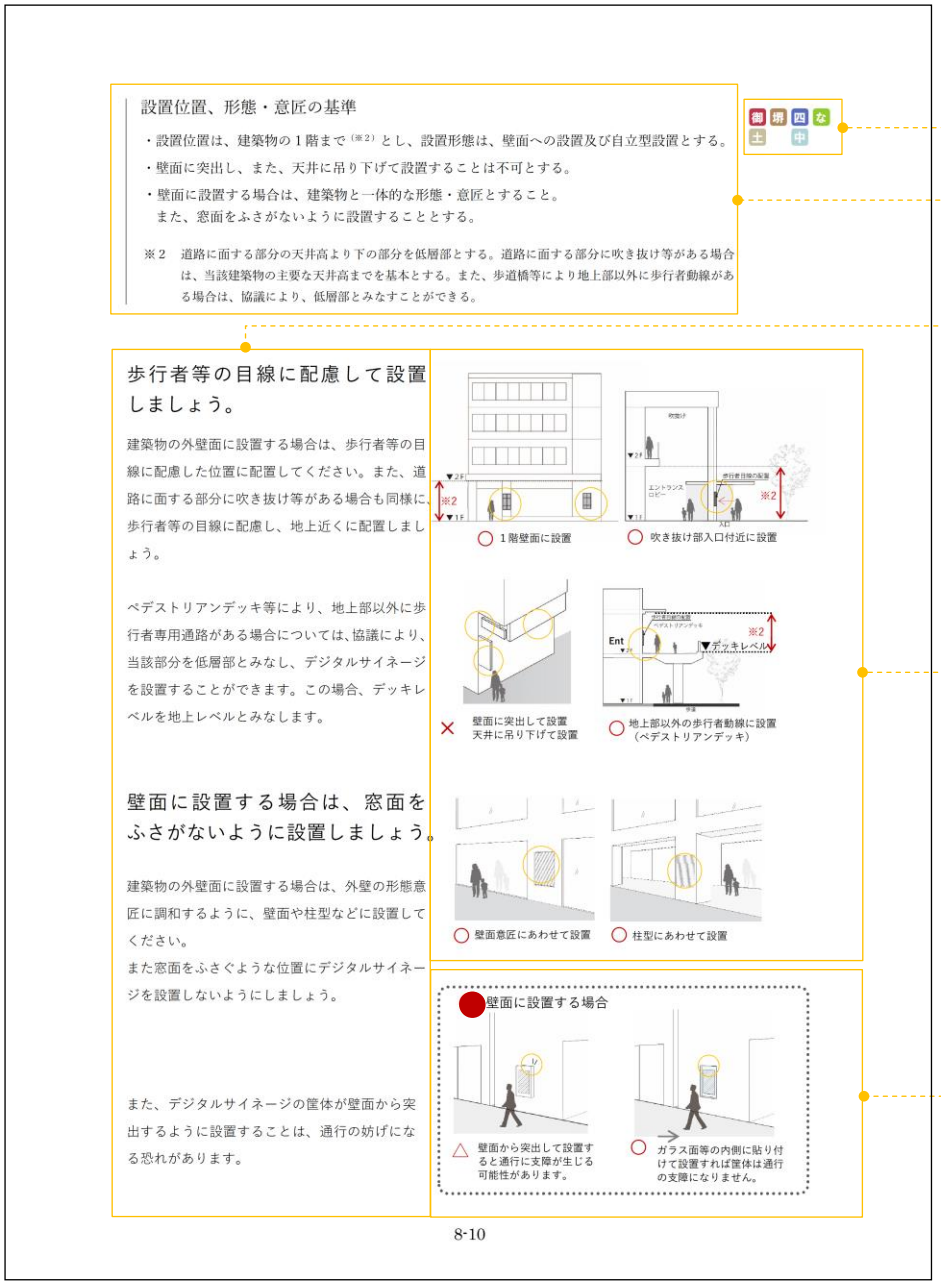
項目	対象地区	基準	解説
前提条件	共通	・周辺景観との調和に配慮したものとする。（※１） ・設置者による内部取扱規定を設けていることとする。	8-9 8-32
設置位置、形態・意匠の基準	共通	・設置位置は、建築物の１階まで（※２）とし、設置形態は、壁面への設置及び自立型設置とする。 ・壁面に突出し、また、天井に吊り下げて設置することは不可とする。 ・壁面に設置する場合は、建築物と一体的な形態・意匠とすること。また、窓面をふさがないように設置することとする。	8-10
	土佐堀通地区	（谷町筋～四つ橋筋の間の北側敷地のみ） ・水辺側に向けての設置は不可とする。	—
	中之島地区	・水辺に直接面する敷地について、水辺側に向けての設置は不可とする。	—
大きさ（１か所）の基準（※３）	共通	・２㎡以下とする。	—
	御堂筋地区 堺筋地区	（長堀通以南のみ） ・５㎡以下とする。	—
総量の基準	共通	・５㎡以下とする。ただし、敷地面積が 2000 ㎡を超える場合は、2000 ㎡を超える部分（A ㎡）の割合（A/2000）に応じて、一敷地における合計面積を加算（５㎡×A/2000）することができる。	—
快適な街路景観創出のための基準　２㎡以下	共通	・ヒューマンスケールに配慮した高さや幅（※４）とする。ただし、これによらない場合は、本市との個別協議により決定することとする。 ・自立型設置の場合、通行の妨げにならない設置位置とする。 ・一敷地に複数設置する場合、他のデジタルサイネージとの距離を 10m以上離すこととする。ただし、近接して設置する場合は、合計２㎡以下であればこの限りではない。	8-11
快適な街路景観創出のための基準　２㎡超え５㎡以下	御堂筋地区 堺筋地区	（長堀通以南のみ） ・具体的な設置可能な大きさ、設置位置及び設置間隔については、２㎡以下の場合の基準を基本とし、敷地内の視点場となる空間の広がり等を踏まえ、本市との個別協議により決定することとする。	8-12
周辺への影響を抑えるための基準	共通	・まぶしすぎない明るさ（輝度）とする。（※５）ただし、中之島地区及び各地区の中之島地区に面する建築物の中之島面については、眺望及び夜間景観に配慮し、輝度について、本市との個別協議により決定することとする。	8-13
		・まちなみを阻害しない色彩とする。（※６）	8-14
		・静止画の切替り（切替り間隔は 15 秒以上）のみとする。 ・音声は不可とする。（ただし、緊急時を除く。）	—
コンテンツの基準	共通	・周辺景観に配慮したものとする。 ・観光情報、ニュース、災害時の避難情報など、まちの利便性や安全性を高める各種の情報やまちの魅力を向上させる映像等を提供し、その割合が 1/4 を超えていることとする。ただし、自家用広告（※７）のみ掲出する場合は、観光情報、ニュース、災害時の避難情報などの割合が 1/10 を超えていることとする。	8-15
		・公序良俗に反しないものとする。 ・見る人に不快感や不安感を与えないものとする。	8-16 8-19
		・風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和 23 年法律第 122 号）第２条に該当する営業に関する広告物を表示しないものとする。 ・中之島地区及び各地区の中之島地区に面する建築物の中之島面において壁面に設置する場合、表示内容は原則として、氏名、名称、もしくは商標、又は建築物の名称に限る。	—

（※１）大阪市景観計画に定める広告物基準のうち、意匠等の基準を踏まえるものとする。
（※２）道路に面する部分の天井高より下の部分を低層部とする。道路に面する部分に吹き抜け等がある場合は、当該建築物の主要な天井高までを基本とする。また、歩道橋等により地上部以外に歩行者動線がある場合は、協議により、低層部とみなすことができる。
（※３）大きさの算定はフレームや架台等を除く画面の大きさとする。ただし、大阪市景観計画に定める広告物基準のうち、壁面広告物の表示面積に関する制限の範囲内であるものに限る。
（※４）地盤面から画面上端までの高さは 2.3m、画面幅は 1.5mを上限とし、設置位置や掲出内容に応じて配置すること。
（※５）夜間等、外光の状況及び周辺状況に配慮すること。
（※６）補色や彩度差の大きい色の組み合わせを使用せず、類似色や中間色など落ち着いた色を推奨する。
（※７）自己の氏名、名称、店名若しくは商標または自己の事業若しくは営業の内容を表示するため、自己の住所又は事業所、営業所若しくは作業場に表示し、又は設置する広告物。

項目	対象地区	基準	解説
前提条件	共通	・にぎわいの形成やまちの魅力向上につながるデザイン性の高いものとする。	8-17 8-19
		・事前に市長と協議の上、コンテンツ等に関する地域独自の基準や協議体制を設けていることとする。 ・地域独自の基準に適合し、設置について合意が図られていることとする。	8-32
設置位置、大きさ、形態・意匠の基準	共通	・原則、高さ 31m以下とし、当該建築物における低層部の範囲を除く。 ・大きさは 100 ㎡以下とするが、具体的な設置可能な大きさについては、設置位置及び視点場となる空間の広がり等を踏まえ、本市との個別協議により決定することとする。なお、概ね 100 ㎡のものを設置する場合の設置位置は、高さ 31m付近に限る。	8-18
		・建築面積 200 ㎡以上の建築物のみ設置可能とし、１敷地につき１ヶ所とする。	―
		・設置形態は壁面への設置のみとし、建築物と一体的な形態、意匠とする。	8-18
周辺への影響を抑えるための基準	共通	・まちなみを阻害しない色彩とする。（※１）	8-14
		・まぶしすぎない明るさ（輝度）とする。（※２）	8-13
		・心身に悪影響を与えない、不快感を与えないゆるやかな表示速度、繰り返し回数とする。	―
		・不快感を与えない音量、音色とする。	―
コンテンツの基準	共通	・デザイン性の高いものとする。（※３）	8-17 8-19
		・観光情報、ニュース、災害時の避難情報など、まちの利便性や安全性を高める各種の情報やまちの魅力を向上させる映像等を提供し、その割合が 1/4 を超えていることとする。なお、災害時等の非常時においては、行政等の要請に応じて必要な情報を提供することとする。	8-15
		・公序良俗に反しないものとする。 ・見る人に不快感や不安感を与えないものとする。	8-16
		・風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和 23 年法律第 122 号）第２条に該当する営業に関する広告物を表示しないものとする。	―

（※１）補色や彩度差の大きい色の組み合わせを使用せず、類似色や中間色など落ち着いた色を推奨する。
（※２）夜間においては周辺状況に配慮すること。
（※３）ニュースや災害時の避難情報等を除き、原則、文字のみの広告物は認めない。

設置基準の解説のページ構成



ここではデジタルサイネージの設置基準について、イラストや図を用いた解説や基準に準拠した良好な事例をハード・ソフトの両面からとりまとめ、掲載しています。

※「総量の基準」等解説していない基準もあります。

前提条件

周辺景観との調和に配慮したものとする。（※1）

※1　大阪市景観計画に定める広告物基準のうち、意匠等の基準を踏まえるものとする。

広告物を集約しましょう。

デジタルサイネージは広告物を集約することができます。既存の広告物に加えてデジタルサイネージを設置するのではなく、設置する際はその他の広告物を集約をしてください。

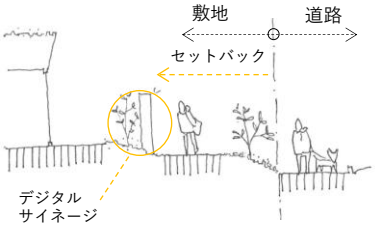
No.1～３筐体自体のデザインに配慮している事例

No.1

周辺景観との調和を図った点

・敷地境界からセットバック

・植栽と一体的に配置



断面図

筐体自体のデザインについても配慮しましょう。

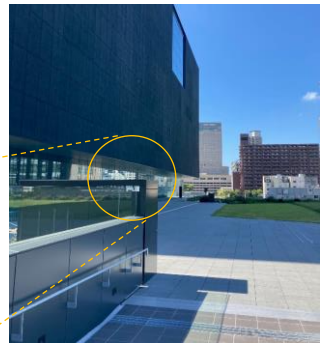
特に自立型の筐体自体のデザインについては、建築物の外観やその他の掲示物等との調和を図ったデザインとしましょう。

なお、筐体の背面が公共空間から視認できる場合については、筐体の裏側をそのまま見せることは控え、景観に配慮したものとなるよう努めましょう。

No. 2

建築物との調和を図った点

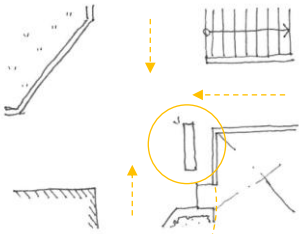
・筐体を建築物の外壁と同色の落ち着いた色彩としている。



No. 3

周辺景観に配慮した点

背面にもロゴを配置し、背を向けている印象を軽減



配置図

人の動線が複数あるため、デジタルサイネージの背面が見えてしまう

写真：すべて大阪中之島美術館（撮影：大阪市）

屋外広告物基準【意匠等】（P.2-17～18）抜粋

・地区の良好なまちなみの形成に資するものとする

・周辺のまちなみや建築物全体の形態意匠と調和のとれた、落ち着いたものとする。

・広告物の意匠等は、次の各号を満たすよう努める。

　ア　１つの広告物に対し、情報量は最小限とする。

　イ　広告物は集約して掲出し、なお複数掲出する場合は、統一したデザインとする。

　ウ　文字は、切り文字や箱文字とする。

　エ　地色は、壁面と同系色とする。

　オ　高彩度の利用を抑える。

　カ　人物、キャラクターの意匠は使用しない。

　キ　太陽光を著しく反射する恐れのあるものを使用しない。

　ク　骨組み、支柱等の構造体は目立たないものとする。

等

設置位置、形態・意匠の基準

・設置位置は、建築物の１階まで（※２）とし、設置形態は、壁面への設置及び自立型設置とする。

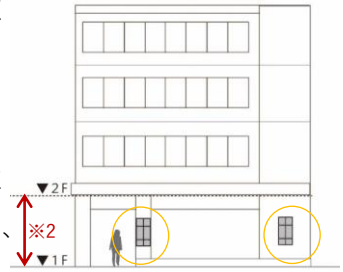
・壁面に突出し、また、天井に吊り下げて設置することは不可とする。

・壁面に設置する場合は、建築物と一体的な形態・意匠とすること。
　また、窓面をふさがないように設置することとする。

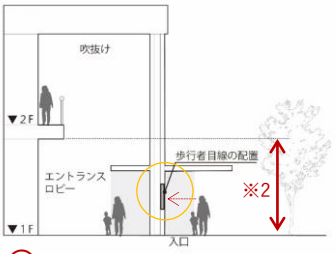
※２　道路に面する部分の天井高より下の部分を低層部とする。道路に面する部分に吹き抜け等がある場合は、当該建築物の主要な天井高までを基本とする。また、歩道橋等により地上部以外に歩行者動線がある場合は、協議により、低層部とみなすことができる。

歩行者等の目線に配慮して設置しましょう。

建築物の外壁面に設置する場合は、歩行者等の目線に配慮した位置に配置してください。また、道路に面する部分に吹き抜け等がある場合も同様に、歩行者等の目線に配慮し、地上近くに配置しましょう。

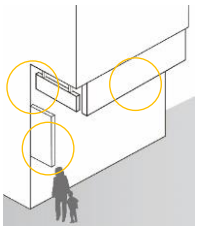


○ １階壁面に設置

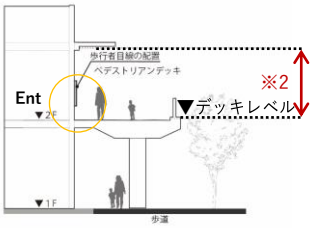


○ 吹き抜け部入口付近に設置

ペデストリアンデッキ等により、地上部以外に歩行者専用通路がある場合については、協議により、当該部分を低層部とみなし、デジタルサイネージを設置することができます。この場合、デッキレベルを地上レベルとみなします。



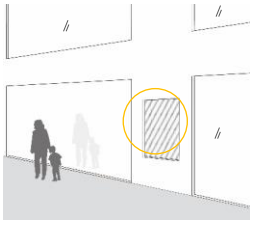
× 壁面に突出して設置
天井に吊り下げて設置



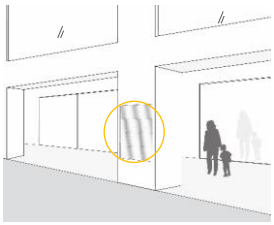
○ 地上部以外の歩行者動線に設置
（ペデストリアンデッキ）

壁面に設置する場合は、窓面をふさがないように設置しましょう。

建築物の外壁面に設置する場合は、外壁の形態意匠に調和するように、壁面や柱型などに設置してください。
また窓面をふさぐような位置にデジタルサイネージを設置しないようにしましょう。



○ 壁面意匠にあわせて設置

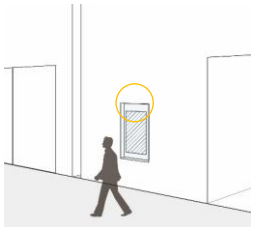


○ 柱型にあわせて設置

また、デジタルサイネージの筐体が壁面から突出するように設置することは、通行の妨げになる恐れがあります。

i 壁面に設置する場合

△ 壁面から突出して設置すると通行に支障が生じる可能性があります。



○ ガラス面等の内側に貼り付けて設置すれば筐体は通行の支障になりません。

快適な街路景観創出のための基準－１

（画面の大きさを２㎡以下とする場合）

・ヒューマンスケールに配慮した高さや幅（※4）とする。ただし、これによらない場合は、本市との個別協議により決定することとする。

・自立型設置の場合、通行の妨げにならない設置位置とする。

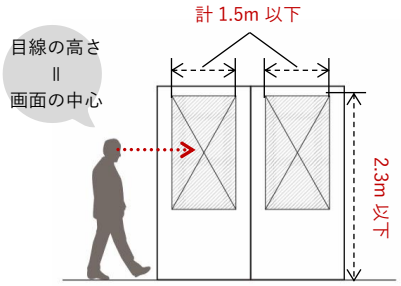
・一敷地に複数設置する場合、他のデジタルサイネージとの距離を10m以上離すこととする。ただし、近接して設置する場合は、合計２㎡以下であればこの限りではない。

※4　地盤面から画面上端までの高さは2.3m、画面幅は1.5mを上限とし、設置位置や掲出内容に応じて配置すること。

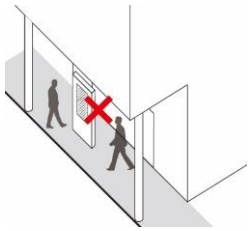
画面の高さは2.3m以下、幅は1.5m以下を目安にしましょう。

ヒューマンスケールとは、人の寸法と調和のとれる大きさを指します。ヒューマンスケールより大きすぎるものは圧迫感を与え、小さすぎるものは可読性が低くなります。

デジタルサイネージは、広告物自体が発光することに加え、文字や映像が動く媒体であるため、通常の広告物以上に景観形成上の影響が大きいと考えられることから、ヒューマンスケールに配慮しましょう。



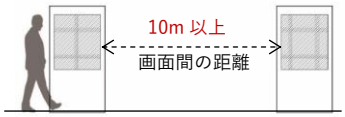
ヒューマンスケールに配慮した画面の大きさ



歩行者の妨げとなることがあります。

通行に配慮しましょう。

壁面後退部分等の歩行者空間に自立型のデジタルサイネージを設置する場合は、通行の妨げとならない位置にしましょう。



画面間の距離の考え方

他のデジタルサイネージと10m以上離しましょう。

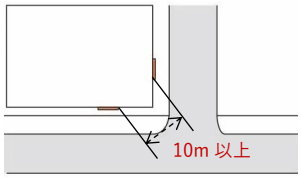
柱型毎にデジタルサイネージを設置等複数を設置する場合は、景観への影響が大きくなりますので、画面間の距離を10m以上離しましょう。

また、画面の大きさが合計２㎡以下であれば近接して設置することが可能です。

設置可能な以下の事例を参考ください。

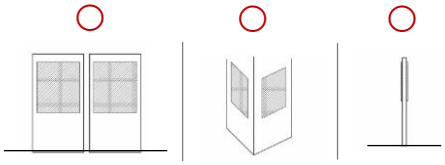
※いずれも**総量は５㎡以下**としましょう。

（総量の基準）



角地に設置する場合の画面間の距離の考え方

近接して設置する事例（合計２㎡以下）



一体の情報を近接して設置　　柱型の近接した面に設置　　自立型の両面に設置

快適な街路景観創出のための基準－２

（画面の大きさを２㎡超え５㎡以下とする場合）

・具体的な設置可能な大きさ、設置位置及び設置間隔については、２㎡以下の場合の基準を基本とし、敷地内の視点場となる空間の広がり等を踏まえ、本市との個別協議により決定することとする。

具体的な配慮や設えについては、本市と協議をしてください。

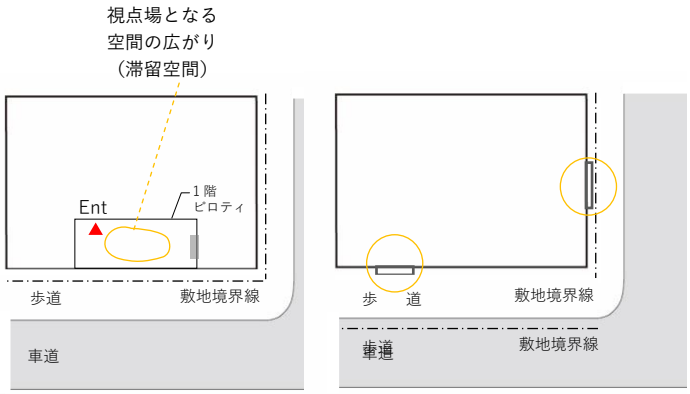
画面の大きさが２㎡を超えると、景観上、圧迫感から悪影響を及ぼすだけでなく、画面を見るために立ち止まる人が歩行者や建物利用者の通行を妨げる恐れがあります。

そのため画面の大きさが２㎡を超えるデジタルサイネージを設置する場合は、敷地内に視点場となる空間の広がり（滞留空間）を設けましょう。

また、敷地内に設置する場合については、建物利用者への通行の妨げとなる位置を避ける等、動線となる空間と干渉しないような配慮をお願いします。

設置基準は画面の大きさが２㎡以下の場合の基準を基本としますが、そのほかにも対応が必要な場合があり、具体的な配慮や設えについては案件毎に異なるため、事前に本市と協議を行ってください。

なお、協議にあたっては当該部分の設えが確認できる資料（パース、平面図、断面図、現況写真等）をお持ちください。

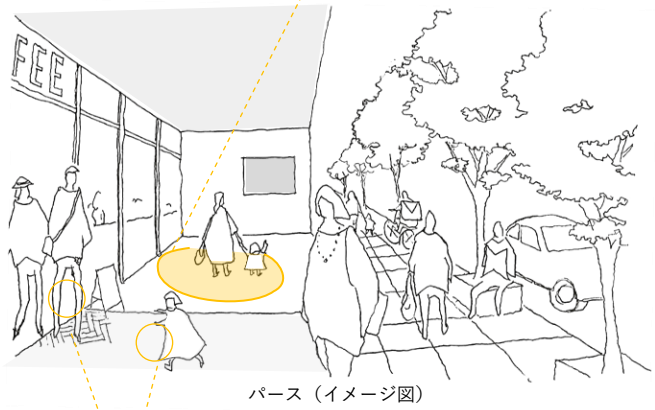


○ 十分な大きさの視点場となる空間の広がり（滞留空間）が設けられている

× 十分な大きさの視点場となる空間の広がり（滞留空間）が設けられていない例

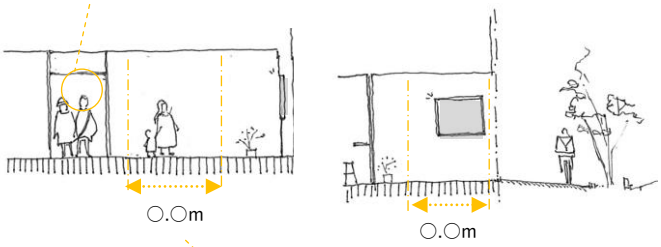
協議には平面図以外にも断面図やパースを用意ください。

Check!
視点場となる空間の広がり（滞留空間）が十分確保されているか



パース（イメージ図）

Check!
建物利用者の出入り等、動線となる空間と視点場となる空間の広がり（滞留空間）が干渉していないか



断面図

Check!
視点場となる空間の広がり（滞留空間）が十分確保されているか

周辺への影響を抑えるための基準－１

・まぶしすぎない明るさ（輝度）とする。(※5)
　ただし、中之島地区及び各地区の中之島地区に面する建築物の中之島面については、眺望及び夜間景観に配慮し、輝度について、本市との個別協議により決定することとする。

※5　夜間等、外光の状況及び周辺状況に配慮すること。

まぶしすぎない明るさ（輝度）にしましょう。

参考　輝度値

日中
3,000 カンデラ/㎡以下

夜間
800 カンデラ/㎡以下

デジタルサイネージの輝度は、夜間等、外光の状況及び周辺の状況に応じて右の値を目安に計画しましょう。

輝度の測定方法について

輝度は専用の測定器で測定することができます。

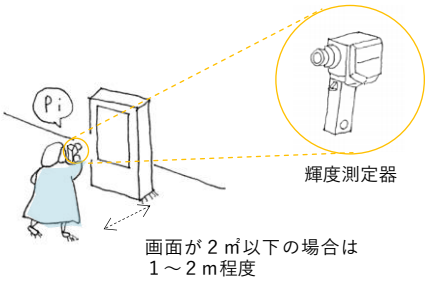
光源の明るさを測定できる機器を使用ください。

【測定方法】

1．　画面を全面白色で表示（原則）

2．　画面の正面、かつ画面を内包できる地点から測定

3．　測定箇所を変えて２～３回計測（平均値で OK）



※　ガラス面越しに測定する場合は映り込みに注意してください。

※　画面の正面から計測できていない場合は、測定値が極端に低くなる場合があります。
　　必ず画面の正面から測定してください。

景観コラム　デジタルサイネージが都市景観にもたらす影響について

近年、ビルのファサードや公共空間に電子機器が組み込まれた事例が増えており、さらにそれらはネットワーク化されています。デジタルサイネージはその代表的存在です。これまでの印刷された看板や案内板に代わる新しい情報媒体として、日々の広告・案内に加え、災害時の情報伝達手段としても期待されています。その形は、長方形の平面ディスプレイがほとんどですが、ファサード２面に連なる逆三角形（渋谷）、カーブしたもの（ロンドン・ピカデリーサーカスはじめ多数）、３次元ロボットによる動くサイネージ（東京・兜町やニューヨーク・タイムズスクエア）もあります。技術の進歩やニーズの高まりを受けて、大型化、高解像度化しており、人間や都市景観への影響を考慮する必要が出ています。

屋外のデジタルサイネージによく使われる LED ディスプレイは、LED が集積することで、文字、画像、映像を表現します。近年の LED は高輝度出力が可能となっており、太陽光の下でもディスプレイの視認性は確保できます。一方、夜間においては、高輝度がゆえに光害となり、夜間景観や交通への影響が懸念されます。LED は光の指向性が強く、人が直接眺めた場合には、まぶしさや不快感への配慮が必要となります。デジタルサイネージは、人に眺めてもらうためのものですから、ディスプレイ輝度を調節しなければなりません。

筆者らの実験では、背景がほぼ真っ暗の状態で、ディスプレイ輝度 1000 cd/m2 の場合視認距離 4 m では 5 割の人々がまぶしいと感じ、3 割の人々が不快だと感じる結果となりました。視認距離 10 m では 2 割の人々がまぶしいと感じ、1.5 割の人々が不快だと感じる結果となりました。

デジタルサイネージは色、動きを含めて多彩な表現が可能であり、その周辺環境も様々です。上記の実験は、ある条件下での結果に過ぎませんが、これまではディスプレイ輝度を経験値だけで決めざるを得なかったことに比べると、少しはお役に立てるデータではないかと考えています。

大阪市都市景観委員（デザイン）　福田　知弘（大阪大学　大学院工学研究科　准教授）

周辺への影響を抑えるための基準－２

・まちなみを阻害しない色彩とする。（※6）

※6　補色や彩度差の大きい色の組み合わせを使用せず、類似色や中間色など落ち着いた色を推奨する。

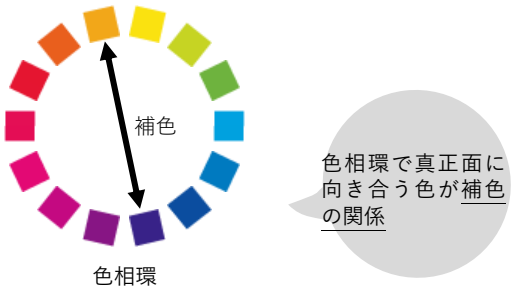
明るく派手な高彩度色を多用しないようにしましょう。

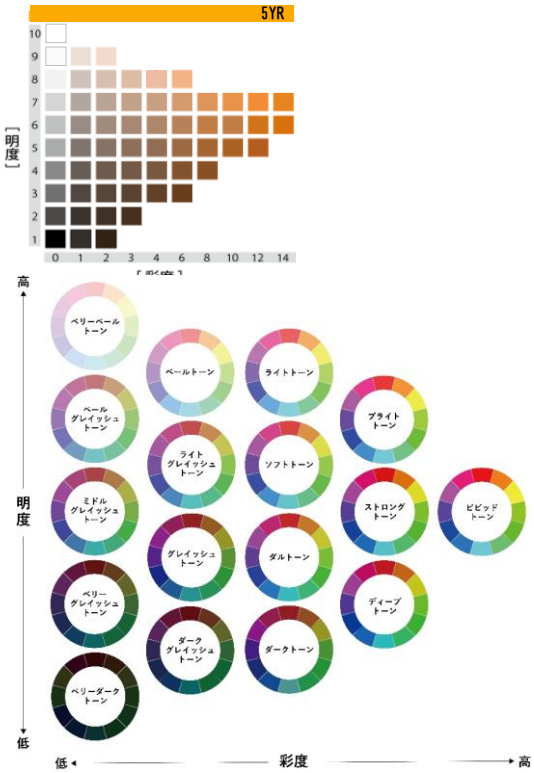
補色※や彩度差の大きい色の組み合わせを使用せず、周辺景観と調和しやすい類似色や中間色など落ち着いた色を使用するよう心がけましょう。

※補色の関係にある色同士は組み合わせることで目立たせる効果があります。

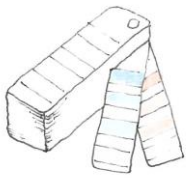
また、色彩のトーンについては 17 種類あるとされています。（日本色彩研究所）
デジタルサイネージを周辺の景観と調和させるために、周辺のトーンの中から配色することも考えられます。

大阪のまちには彩度の低い建築物がたくさんあります。まちなみから突出せずに調和させるため、建築物の壁面には彩度の低いグレイッシュなトーンを誘導しています。
筐体のデザインやコンテンツのデザインについては、グレイッシュなトーンと調和する色彩としましょう。





カラートーン（日本色彩研究所）



配色の事例

コンテンツの基準－１

御 堺 四 な
土 中

・周辺景観に配慮したものとする。
・観光情報、ニュース、災害時の避難情報など、まちの利便性や安全性を高める各種の情報やまちの魅力を向上させる映像等を提供し、その割合が 1/4 を超えていることとする。ただし、自家用広告 (※7) のみ掲出する場合は、観光情報、ニュース、災害時の避難情報などの割合が 1/10 を超えていることとする。

※7　自己の氏名、名称、店名若しくは商標または自己の事業若しくは営業の内容を表示するため、自己の住所又は事業所、営業所若しくは作業場に表示し、又は設置する広告物。

設置する地区の雰囲気や特性にあったコンテンツにしましょう。

協議対象地区には大阪駅前の都会的な景観や中之島の水辺景観、四つ橋筋の住宅が多い景観等があり、それぞれ異なった特性や魅力があります。
それらの魅力を損なうことがないように配慮しましょう。

※8-29 以降でコンテンツ作成のポイントもあわせて確認しましょう。

景観形成方針（建築物）

御堂筋地区
大阪のシンボルストリートにふさわしい風格とにぎわいをあわせもつ街路景観の形成

堺筋地区
歴史あるビジネス街における落ち着きとにぎわいをあわせもつ街路景観の形成

四つ橋筋地区
ビジネス街としての落ち着きがあり緑豊かな街路景観の形成

なにわ筋地区
豊かなみどりと調和したゆとりある街路景観の形成

土佐堀通地区
水辺の気配とビジネス街としての落ち着きを感じさせる街路景観の形成

中之島地区
水都大阪のシンボルにふさわしいうるおいと風格を感じさせる都市景観の形成

観光情報等を提供してください。

まちの魅力を伝えるだけでなく、まちの利便性や安全性を高める観点から、一定割合以上の観光情報、ニュース、災害時の避難情報などのコンテンツの提供を求めています。

観光情報とは？

対　象

・公共機関からの提供コンテンツ
・大阪府内の観光情報
（美術館等の展示案内
自治体のＰＲコンテンツ）
・大阪府内の良好な景観の写真
・エリアマネジメントイベント広告

対象外

・大阪府外の観光情報
（美術館等の展示案内
自治体のＰＲコンテンツ）

公序良俗に反するもの等の表現は避けましょう。

具体的には右に示す表現です。これらの表現は控えてください。

具体的な事例

公序良俗に反するもの

・暴力や反社会的なもの
・風俗的、性的なもの
・法規に抵触する恐れのあるもの
・いじめや人権侵害を想起させるもの

不快感や不安感を与えるもの

・公共の場にふさわしくないもの
・商品やサービスの内容、価格をアピールするもの
・歩道や視点場から見にくい読みにくいもの

例えば

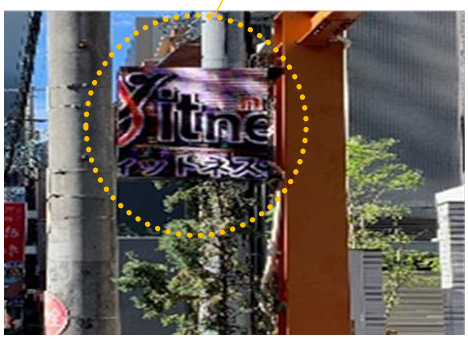
購入を煽っている

価格訴求が強い

低解像度で表示することや画面の切り替えが早過ぎる設定も避けましょう。

コンテンツが低解像度で表示されていると可読性が低く何の情報なのか理解しにくい場合があります。
ディスプレイ本体に過度な負担とならない範囲で読み取りやすい解像度にしましょう。
また、画面の切り替えが早過ぎる場合やサブリミナル効果等の通常感知しえない方法によりメッセージを伝達することも避けましょう。

デジタルサイネージ



解像度が低い設置事例

一般的によく見られるディスプレイの解像度

地デジテレビ (40inch)	4K テレビ (40inch)	【参考】iPhone12
地デジ	4K	
55dpi	118dpi	460dpi

前提条件

・にぎわいの形成やまちの魅力向上につながるデザイン性の高いものとする。

ターミナル拠点にふさわしいものとしましょう。

多くの人が行き来するターミナル拠点にふさわしいデザイン性の高い筐体やコンテンツとしましょう。

※8-19～23 以降のコンテンツ作成のポイントもあわせて確認しましょう。

デザイン性について参考となる事例　（デジタルサイネージ用に作成されたもの以外も含みます。）

生きた建築ミュージアムフェスティバル

梅田防災スクラム

梅田あるくフェス

神戸市

UMEDA MEETS HEART

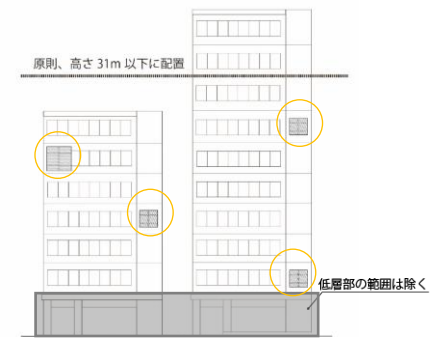
※8-19・23 にも事例を掲載しています。

設置位置、大きさ、形態・意匠の基準

- 原則、高さ 31m以下とし、当該建築物における低層部の範囲を除く。
- 大きさは 100 ㎡以下とするが、具体的な設置可能な大きさについては、設置位置及び視点場となる空間の広がり等を踏まえ、本市との個別協議により決定することとする。なお、概ね 100 ㎡のものを設置する場合の設置位置は、高さ 31m付近に限る。
- 設置形態は壁面への設置のみとし、建築物と一体的な形態、意匠とする。

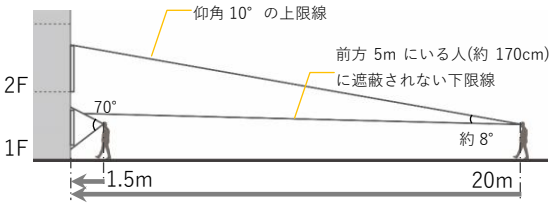
設置可能な大きさは個別協議です。

デジタルサイネージの「大きさ」及び「設置する位置」と「視点場となる空間の広がり及びその位置」は重要な関係にあります。適切な大きさと位置を検討しましょう。



設置位置

低層部の範囲に設置するデジタルサイネージについては、低層部の設置基準（8-10 参照）に準じましょう。



設置場所と視点場の距離

参考：公共交通機関の旅客施設に関する移動等円滑化整備ガイドライン（国土交通省）

建築物と一体的な形態、意匠にしましょう。

建物低層部に設置するデジタルサイネージ同様、建物中層部に設置する場合についても筐体の背面設備を露出させない等の配慮を行い建築物と一体的な形態、意匠にしましょう。

正面

背面

手摺をすりガラスでデジタルサイネージの背面を目立たせないように配慮

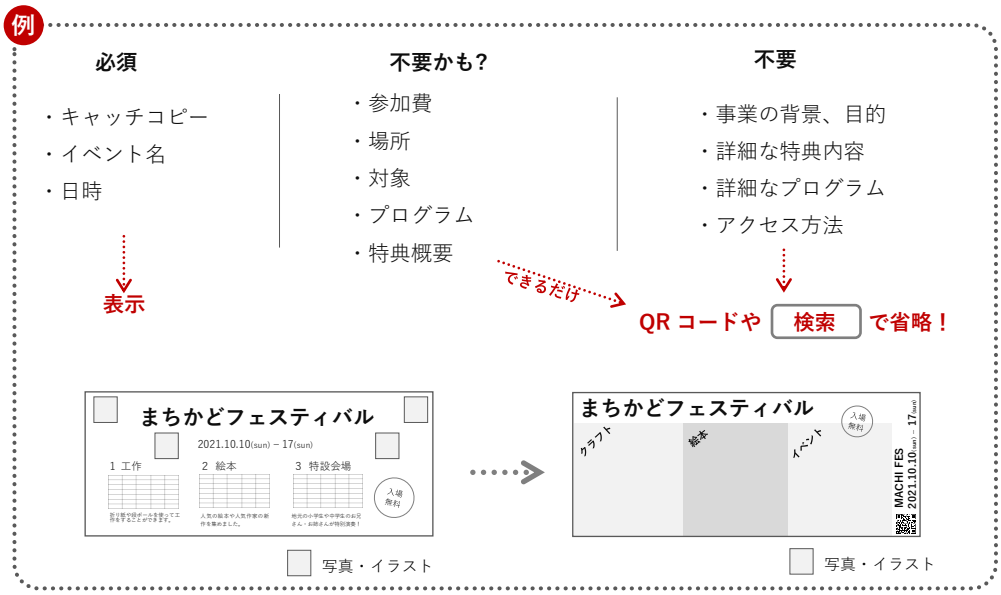
ここでは協議の際に確認する主なポイントを解説します。

\point/ 情報整理 | 情報過多となっていないか。

デジタルサイネージはその他の屋外広告物と違って一定時間でコンテンツが切り替わるため、見る時間が限られていることを踏まえたうえで、適切な情報量にすることが大切です。
人の目が 1 箇所に滞留する時間は 0.3 秒前後で、0.3 秒で読むことができる文字数は、日本語で最大 15 文字程度とされています※。

ポスター用の広告を流用すると情報量が多くなりすぎることがあります。
誰にでも伝わるコンテンツにするためにも、伝えたい情報をできるだけ絞り、写真やイラストを利用し、専門用語や長い文章は避けましょう。

※　屋外広告の知識 第四次改訂版 デザイン編
（株式会社ぎょうせい）



\point/ 情報整理 | コンテンツと写真・イラスト・フォント等が調和しているか。

伝えたい相手や内容とコンテンツのデザインが合っていない場合、伝わりにくいコンテンツになってしまいます。伝わるコンテンツにするためには、伝えたい相手や内容に合った写真・イラスト・フォント等を用いるようにしましょう。
また、キャラクターを使用することがあらかじめ決まっている場合は、子どもや動物を添えるなど、キャラクターにあった雰囲気のデザインとなるようにしましょう。

動物等のイラストや手書き風の書体（フォント）が、伝えたい内容（子育て）と調和している事例（提供：神戸市）

※このほかにも 8-17・23 に事例を掲載しています。

\point/ レイアウト　わかりやすいレイアウトになっているか。

動きを出すデザインをすることで逆にわかりにくくなることがあります。
関連する情報が散らばって配置されていてわかりにくい場合は、それらをまとめて配置する等の配慮をしましょう。

例 日時、場所、参加費等をまとめる

・情報が分散しているので一目で必要な情報が伝わらない。

・文字の向きが様々な方向を向いているので目で追いにくい。

中心に集める

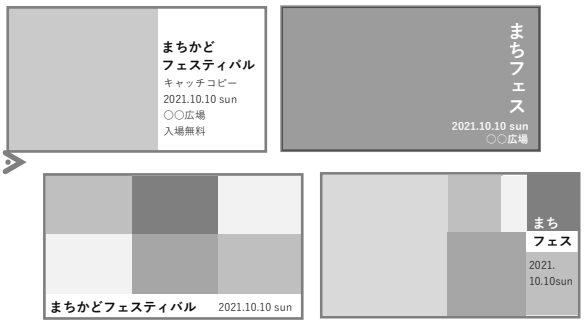
中心に集める２

端に集める

放射状に配置

写真・イラスト等

参考 写真を使ったレイアウト事例



写真・イラスト等

\point/ レイアウト　伝わりやすいレイアウトになっているか。

伝えたい情報の順序通りにレイアウトされていない場合はどの情報が重要なのかわかりにくくなります。大きさや行間、位置を調整し伝わるように配慮しましょう。

例　行間や余白に強弱をつける

まちかどフェスティバル
キャッチコピー
2021.10.10
〇〇広場
入場無料

どの情報が重要かわかりにくく、
行間がつまっていて読みづらい

まちかどフェスティバル

キャッチコピー
2021.10.10 sun
〇〇広場

入場
無料

例　同じ重要度で伝えたい情報を整列させる

写真・キャプション

工作コーナー

絵本コーナー

写真・イラスト等

工作コーナー

絵本コーナー

できる範囲で！
・トリミングして
大きさを揃える
・グリッドにのせる

グリッド
（補助線）

文字のブロック

工作コーナー
工作コーナーでは折り紙や段ボール
を使って工作することができます。

絵本コーナー
人気の絵本や人気作家の新作を
集めました。

工作コーナー
工作コーナーでは折り紙や段ボールを使って
工作することができます。

絵本コーナー
人気の絵本や人気作家の新作を集めました。

参考　縦に区切ることも有効です。

工作コーナー
折り紙や段ボールを使って工作をすることができます。

絵本コーナー
人気の絵本や人気作家の新作を集めました。

特設ステージ
地元の小学生や中学生のお兄さん・お姉さんが特別演奏！

\point/ 文　字 ｜ 過度な装飾がされていないか。

タイトルやキャッチコピー等のアピールしたい文字を装飾するときは注意が必要です。一般的な文書作成ソフトに搭載されている文字の装飾機能（ワードアートやアニメーション等）を使用すると可読性が低くなるばかりか、安上がりな印象を与えてしまいます。
文字はそのままの形が最も読みやすく作られていますのでなるべく装飾しないようにしましょう。

例 好ましくない装飾

パターンA	パターンB	パターンC
親子ふれあいイベント	親子ふれあいイベント	親子ふれあいイベント
✕ 変形させる	✕ 影をつける	✕ グラデーション（多色使い） ✕ 反射させる

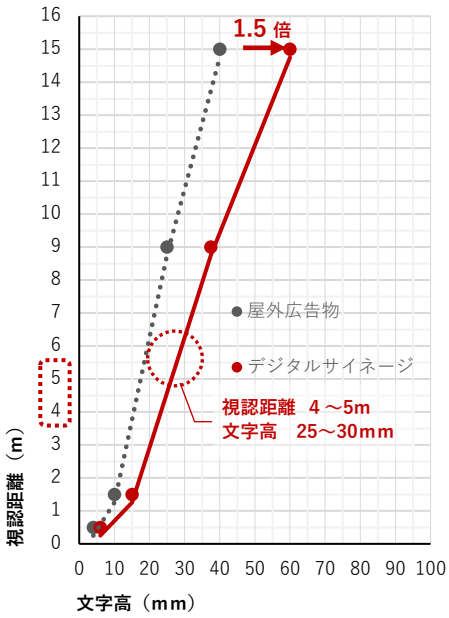
※この他、ズームインやスライドイン等も控えましょう

\point/ 文　字 ｜ 文字が小さすぎないか。

適した文字の大きさは『どれくらい遠くから見るか（視距離）』によって異なります。
屋外広告物においては、視距離 4～5m の場合、判読できる日本語の文字高は 15～20mm 以上が目安となります。

デジタルサイネージは印刷物よりも解像度が低いため、安心して読める大きさとされる 1.5 倍程度を目安に、文字を大きくしましょう。

なお、ポスター用の広告をそのまま流用する場合は、詳細な情報については文字が小さすぎることがあります。
情報整理（8-19）でも述べましたが、なるべく情報量を減らし、表示する文字はわかりやすい大きさとしましょう。



参考：公共交通機関の旅客施設に関する移動等円滑化整備ガイドライン
（国土交通省）
屋外広告の知識 第四次改訂版 デザイン編
（株式会社ぎょうせい）

\point/ 文字 | コンテンツが持つ雰囲気と書体が調和しているか。

書体が持つ雰囲気を理解し、目的にあった書体を使いましょう。また、「ポップ体」※は街中に多く使われていますので、他との差別化を図るのであれば、なるべく使用を控えましょう。

※やってはいけないデザイン（翔泳社）

景 あ

HG－創英角ゴシックポップ体

商品の POP などに使われる「POP 体」と呼ばれる書体の一つ。

例 書体（フォント）の事例

Windows10 Pro の標準書体（フォント）の中から掲載しています。このほかにも様々な書体（フォント）がありますので、可能であれば目的にあった書体（フォント）を探してみましょう。

景 あ

HG－創英角ゴシック UB

シンプルで標準的な角ゴシック体。
コピー文・タイトル・見出しに適している。

景 あ

メイリオ

語源は日本語の「明瞭」読みやすく、親しみやすさを与えるフォント。
※字間設定の必要あり。

景 あ

游ゴシック

文字間にゆとりがあり、小サイズでも文字同士が干渉せず、一字の識別性に優れたフォント。
※行間設定の必要あり。

景 あ

MS ゴシック

縦横の太さが均等。
大胆、力強い印象を与えるフォント。

景 あ

UD デジタル教科書体 NP-B

UD デジタル教科書 NP-R の太字。

景 あ

UD デジタル教科書体 NP-R

硬筆やサインペンで書かれた文字に近い。読みやすく、優しい感じを与えるフォント。

景 あ

游明朝

文字の大きさの揃った現代的な明るい漢字と伝統的でスタンダードな仮名のフォント。
※行間設定の必要あり。

景 あ

MS 明朝

線が細く、上品で、繊細真面目な印象を与えるフォント。

例 デザイン性について参考となる事例

デジタルサイネージ用に作成されたものではありませんが、いくつか事例を紹介します。
（8－17・19 にも事例を紹介しています。）

オープンナガヤ大阪

高崎ストリートベンチプロジェクト

第１－２号様式（第４条関係）

デジタルサイネージ設置時 チェックシート（低層部）

①前提条件

□ 周辺景観との調和に配慮したものとしている

　□ 地区の良好なまちなみの形成に資するものとしている

　□ 周辺のまちなみや建築物全体の形態意匠と調和のとれた、落ち着いたものとしている

□ 大阪市景観計画に定める広告物基準のうち、意匠等の基準を踏まえるものとしている

□ 設置者による内部取扱規定を設けている

②設置位置、形態・意匠の基準

□ 設置位置は、建築物の１階までとし、設置形態は、壁面への設置及び自立型設置としている

□ 壁面に突き出して設置していない

□ 天井に吊り下げて設置していない

□ 壁面に設置する場合は、建築物と一体的な意匠としている

□ 窓面をふさがないように設置している

□ 歩道橋等により地上部以外に歩行者動線がある場合、協議により、低層部とみなしている

□ 水辺側に向けての設置が不可の場所ではない

□ 太陽光を著しく反射する恐れのあるものを使用していない

□ 骨組み、支柱等の構造体は目立たないものとしている

③大きさの基準

□ 一か所の基準の大きさを超えていない

□ 総量は５㎡以下としている

　（ただし、敷地面積が 2000 ㎡を超える場合は、面積加算後の範囲内である）

□ 大阪市景観計画に定める広告物基準のうち、壁面広告物の表示面積に関する制限の範囲内である

④快適な街路景観創出のための基準

（２㎡以下とする場合（中之島地区を除く））

□ ヒューマンスケールに配慮した高さや幅（地盤面から画面上端までの高さは 2.3m、画面幅は 1.5m を上限とし、設置位置や掲出内容に応じた配置）としている

　⇒上記でない場合は個別協議要（　　）

□ 自立型設置の場合、通行の妨げにならない設置位置としている

□ 一敷地に複数設置する場合、他のデジタルサイネージとの距離は 10m 以上離れている

　（ただし、近接して設置する場合は、合計２㎡以下であればこの限りでない）

□ 複数の広告板が設置されている場所では、統一感やまとまりのあるデザイン・高さ等となっている

（２㎡超え５㎡以下とする場合（ただし、「御堂筋地区及び堺筋地区の内、長堀通以南」・「中之島地区」））

　⇒個別協議要（　　）

⑤周辺への影響を抑えるための基準

□ まぶしすぎない明るさ（輝度）とし、夜間等、外光の状況及び周辺状況に配慮している

□ 昼間の輝度は 3,000cd/㎡以下としている

⇒これによらない場合　　cd/㎡（理由：　　）

□ 夜間の輝度は 800cd/㎡以下としている

⇒これによらない場合　　cd/㎡（理由：　　）

□ 中之島地区及び各地区の中之島地区に面する建築物の中之島面ではない

⇒中之島地区及び各地区の中之島地区に面する建築物の中之島面の場合は個別協議要（　　）

□ まちなみを阻害しない色彩としている

□ 明るく派手な高彩度色を多用していない

□ 補色や彩度差の大きい色の組み合わせを使用せず、類似色や中間色など落ち着いた色としている

□ 静止画の切替り（切替り間隔は 15 秒以上）としている

□ 音声はなしとしている

⑥コンテンツの基準

□ 観光情報、ニュース、災害時の避難情報など、まちの利便性や安全性を高める各種の情報やまちの魅力を向上させる映像等を提供し、その割合が 1/4 を超えている

⇒自家用広告のみ掲出する場合は、上記の割合が 1/10 を超えている（　　）

□ 公序良俗に反しないものとしている

□ 見る人に不快感や不安感を与えないものとしている

□ 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和 23 年法律第 122 号）第 2 条に該当する営業に関する広告物の表示はない

□ 人物・キャラクターの割合が、画面の 3 分の 1 、かつ掲出時間の 3 分の 1 を超えていない

（ただし、シルエットなどイメージ的に用いるものを除く）

□ 中之島地区及び各地区の中之島地区に面する建築物の中之島面において壁面に設置する場合、表示内容は、氏名、名称、もしくは商標、又は建築物の名称に限っている

⑦その他

□ 所轄警察署への事前相談を実施している

□ 信号機若しくは道路標識に類似し、又はこれらの効用を妨げるものではない

□ コンテンツの内容について、事前相談を実施している

第１－３号様式（第４条関係）

デジタルサイネージ設置時 チェックシート（中層部）

①前提条件

□ にぎわいの形成やまちの魅力向上につながるデザイン性の高いものである

□ コンテンツ等に関する地域独自の基準や協議体制について、協議済である

□ 地域独自の基準に適合し、設置について合意が図られている

②設置位置、形態・意匠の基準

□ 高さ 31m以下とし、当該建築物における低層部の範囲を除いたものである

□ 設置形態は壁面への設置のみとし、建築物と一体的な形態、意匠としている

□ 太陽光を著しく反射する恐れのあるものを使用していない

□ 骨組み、支柱等の構造体は目立たないものとしている

③大きさの基準

□ 大きさは 100 ㎡以下である

⇒設置位置及び視点場となる空間の広がり等を踏まえ、個別協議要（　　）

□ 建築面積 200 ㎡以上の建築物であり、１敷地につき１ヶ所としている

④周辺への影響を抑えるための基準

□ まぶしすぎない明るさ（輝度）とし、夜間等、外光の状況及び周辺状況に配慮している

□ 昼間の輝度は 3,000cd/㎡以下としている

⇒これによらない場合　　cd/㎡（理由：　　）

□ 夜間の輝度は 800cd/㎡以下としている

⇒これによらない場合　　cd/㎡（理由：　　）

□ まちなみを阻害しない色彩としている

□ 明るく派手な高彩度色を多用していない

□ 補色や彩度差の大きい色の組み合わせを使用せず、類似色や中間色など落ち着いた色としている

□ 心身に悪影響を与えない、不快感を与えないゆるやかな表示速度、繰り返し回数としている

□ スライドの切替わり時に急激に変わらないような配慮がされている

□ 表示速度が速すぎず、適切に情報が伝わる速度となっている

□ 不快感を与えない音量、音色としている

⑤コンテンツの基準

□ デザイン性の高いものとし、ニュースや災害時の避難情報等を除き、文字のみの広告物の表示はない

□ 観光情報、ニュース、災害時の避難情報など、まちの利便性や安全性を高める各種の情報やまちの魅力を向上させる映像等を提供し、その割合が 1/4 を超えている

□ 公序良俗に反しないものとしている

□ 見る人に不快感や不安感を与えないものとしている

□ 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和 23 年法律第 122 号）第２条に該当する営業に関する広告物の表示はない

⑥その他

□ 所轄警察署への事前相談を実施している

□ 信号機若しくは道路標識に類似し、又はこれらの効用を妨げるものではない

□ コンテンツの内容について、事前相談を実施している

第 12－２号様式（第 11 条関係）

デジタルサイネージ運用時 チェックシート（低層部）
①前提条件 □ 周辺景観との調和に配慮したものとしている 　□ 地区の良好なまちなみの形成に資するものとしている 　□ 周辺のまちなみや建築物全体の形態意匠と調和のとれた、落ち着いたものとしている □ 設置者による内部取扱規定に変更はない 　⇒変更がある場合（　　） **⑤周辺への影響を抑えるための基準** □ まぶしすぎない明るさ（輝度）とし、夜間等、外光の状況及び周辺状況に配慮している 　□ 昼間の輝度は 3,000cd/㎡以下としている 　　⇒これによらない場合　　cd/㎡（理由：　　） 　□ 夜間の輝度は 800cd/㎡以下としている 　　⇒これによらない場合　　cd/㎡（理由：　　） □ 中之島地区及び各地区の中之島地区に面する建築物の中之島面ではない 　⇒中之島地区及び各地区の中之島地区に面する建築物の中之島面の場合は個別協議要（　　） □ まちなみを阻害しない色彩としている 　□ 明るく派手な高彩度色を多用していない 　□ 補色や彩度差の大きい色の組み合わせを使用せず、類似色や中間色など落ち着いた色としている □ 静止画の切替り（切替り間隔は 15 秒以上）としている □ 音声はなしとしている **⑥コンテンツの基準** □ 観光情報、ニュース、災害時の避難情報など、まちの利便性や安全性を高める各種の情報やまちの魅力を向上させる映像等を提供し、その割合が 1/4 を超えている 　⇒自家用広告のみ掲出する場合は、上記の割合が 1/10 を超えている（　　） □ 公序良俗に反しないものとしている □ 見る人に不快感や不安感を与えないものとしている □ 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和 23 年法律第 122 号）第２条に該当する営業に関する広告物の表示はない □ 人物・キャラクターの割合が、画面の３分の１、かつ掲出時間の３分の１を超えていない 　（ただし、シルエットなどイメージ的に用いるものを除く） □ 中之島地区及び各地区の中之島地区に面する建築物の中之島面において壁面に設置する場合、表示内容は、氏名、名称、もしくは商標、又は建築物の名称に限っている **⑦その他** □ 所轄警察署への事前相談を実施している 　□ 信号機若しくは道路標識に類似し、又はこれらの効用を妨げるものではない 　□ コンテンツの内容について、事前相談を実施している

第 12－3 号様式（第 11 条関係）

デジタルサイネージ運用時 チェックシート（中層部）
①前提条件 □ にぎわいの形成やまちの魅力向上につながるデザイン性の高いものである □ 地域独自の基準や協議体制に変更はない ⇒変更がある場合（　　） **④周辺への影響を抑えるための基準** □ まぶしすぎない明るさ（輝度）とし、夜間等、外光の状況及び周辺状況に配慮している □ 昼間の輝度は 3,000cd/㎡以下としている ⇒これによらない場合　　cd/㎡（理由：　　） □ 夜間の輝度は 800cd/㎡以下としている ⇒これによらない場合　　cd/㎡（理由：　　） □ まちなみを阻害しない色彩としている □ 明るく派手な高彩度色を多用していない □ 補色や彩度差の大きい色の組み合わせを使用せず、類似色や中間色など落ち着いた色としている □ 心身に悪影響を与えない、不快感を与えないゆるやかな表示速度、繰り返し回数としている □ スライドの切替わり時に急激に変わらないような配慮がされている □ 表示速度が速すぎず、適切に情報が伝わる速度となっている □ 不快感を与えない音量、音色としている **⑤コンテンツの基準** □ デザイン性の高いものとし、ニュースや災害時の避難情報等を除き、文字のみの広告物の表示はない □ 観光情報、ニュース、災害時の避難情報など、まちの利便性や安全性を高める各種の情報やまちの魅力を向上させる映像等を提供し、その割合が 1/4 を超えている □ 公序良俗に反しないものとしている □ 見る人に不快感や不安感を与えないものとしている □ 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和 23 年法律第 122 号）第 2 条に該当する営業に関する広告物の表示はない **⑥その他** □ 所轄警察署への事前相談を実施している □ 信号機若しくは道路標識に類似し、又はこれらの効用を妨げるものではない □ コンテンツの内容について、事前相談を実施している

協議の際に必要な書類は以下の通りです。

第１号様式	デジタルサイネージ設置協議申出書	正・副２部作成すること
第１号様式の必要添付書類	付近見取図	縮尺（1/2500 以上）、方位、道路、目標となる地物を記載すること 対象となる歩行者の流れやデジタルサイネージの視点場を示すこと
	配置図	縮尺（1/1000 以上）方位、デジタルサイネージの配置位置を示したもの
	立面図	縮尺（1/200 以上）、立面図にデジタルサイネージ及び広告物の設置位置を示したもの ＊既存広告物についても表記すること
	デジタルサイネージ意匠図	デジタルサイネージの表示面積、高さを示すこと
	フォトモンタージュ等	主要な視点場からのフォトモンタージュ又は映像モンタージュ（昼・夜）のデータをＤＶＤで提出すること
	コンテンツ計画等	コンテンツの内容がわかるものとして、映像データをＤＶＤで提出すること ＊制作会社（作成者）を記載すること
	委任状	＊手続き等に関して、代理人に委任する場合
	内部取扱規定	低層部に設置する場合
	地域独自の基準及び合意書	中層部に設置する場合 ・地域における協議体制や基準がわかるもの ・地域との協議状況や合意を得ていることがわかるもの
	その他　市長が必要と認めるもの	委員会での審議用資料
第１－２号様式	デジタルサイネージ設置時 チェックシート（低層部）	低層部に設置する場合 ＊全項目をチェックしたうえで、第１号様式に添付して提出すること
第１－３号様式	デジタルサイネージ設置時 チェックシート（中層部）	中層部に設置する場合 ＊全項目をチェックしたうえで、第１号様式に添付して提出すること
第２号様式	デジタルサイネージ設置協議に係る見解通知書	
第３号様式	デジタルサイネージ設置協議に係る見解に対する回答書	
第４号様式	デジタルサイネージ変更協議申出書	正・副２部作成すること
第４号様式の必要添付書類	変更前と変更後の図書	第１号様式の必要添付書類のうち、変更があるもの ＊図書の縮尺等詳細は第１号様式の添付書類と同じ
第５号様式	デジタルサイネージ変更報告書	（※）軽微な変更の場合
第５号様式の必要添付書類	変更前と変更後の図書	第１号様式の必要添付書類のうち、変更があるもの ＊図書の縮尺等詳細は第１号様式の添付書類と同じ

第６号様式	一時広告物事前協議申出書	正・副２部作成すること
第６号様式の必要添付書類	付近見取図	縮尺（1/2500 以上）、方位、道路、目標となる地物を記載すること
	配置図	縮尺（1/1000 以上）、方位、広告物の配置位置を示したもの
	立面図	縮尺（1/200 以上）、立面図に広告物の設置位置を示したもの
	広告物意匠図	広告物の表示面積、広告物の仕上げ材料及び色彩 ＊プロジェクションマッピング等で動画を表示する場合は内容がわかるものとして、映像データをＤＶＤで提出すること（制作会社（作成者）を記載すること）
	委任状	＊手続き等に関して、代理人に委任する場合
	その他　市長が必要と認めるもの	委員会での審議用資料、映像
第７号様式	一時広告物変更協議申出書	正・副２部作成すること
第７号様式の必要添付書類	変更前と変更後の図書	第６号様式の必要添付書類のうち、変更があるもの ＊図書の縮尺等詳細は第６号様式の添付書類と同じ
第８号様式	一時広告物変更報告書	（※）軽微な変更の場合
第８号様式の必要添付書類	変更前と変更後の図書	第６号様式の必要添付書類のうち、変更があるもの ＊図書の縮尺等詳細は第６号様式の添付書類と同じ
第９号様式	工事等取止届	
第 10 号様式	工事完了報告書	
第 10 号様式の必要添付書類	写真方向図	協議済デジタルサイネージ又は協議済一時広告物の設置箇所がわかるもの
	完了写真	カラー写真とし、撮影日時を記載すること ＊協議済デジタルサイネージについては、全面を白色で表示した状態で運用上の最大輝度を測定し、測定値がわかるように撮影した写真も併せて提出すること
第 11 号様式	調査結果通知書	

第 12 号様式	デジタルサイネージ実績報告書	＊毎年 8 月 15 日までに提出すること
第 12 号様式の必要添付書類	コンテンツ計画等	＊変更協議の経過がわかるように記載すること ＊コンテンツの変更があった場合は、その内容がわかるものとして、映像データをＤＶＤで提出すること
第 12－2 号様式	デジタルサイネージ運用時 チェックシート（低層部）	低層部に設置する場合 ＊全項目をチェックしたうえで、第 12 号様式に添付して提出すること
第 12－3 号様式	デジタルサイネージ運用時 チェックシート（中層部）	中層部に設置する場合 ＊全項目をチェックしたうえで、第 12 号様式に添付して提出すること
第 12－4 号様式	一時広告物実績報告書	
第 12－4 号様式の必要添付書類	一時広告物の表示等に関する実施結果等	＊実施期間中の来街者及び周辺住民等の反応等を記録したもの ＊プロジェクションマッピング等の場合は、現地での掲出の様子がわかる映像データをＤＶＤで提出すること
第 13 号様式	デジタルサイネージ実施計画書	＊来期の実施計画を記載し、毎年 9 月 30 日までに提出すること＊次年度の実施計画を記載し、毎年 9 月 30 日までに提出すること
第 13 号様式の必要添付書類	コンテンツ計画等	＊決定しているコンテンツについては、映像データをＤＶＤで提出すること
第 14 号様式	デザイン性に係る見解通知書	
第 15 号様式	デザイン性に係る見解に対する回答書	
第 16 号様式	デジタルサイネージ廃止等届	

部数の指定がないものについては、原則 1 部とする。

（※）軽微な変更の場合とは、コンテンツの変更等に伴い観光情報やニュース、まちの魅力を向上させる映像等の割合に変更がない場合若しくは当該割合が増える場合、大きさや輝度、音量等の数値に変更がない場合若しくは当該数値が低くなる場合又は事業者に変更があった場合（その代表者に変更があった場合を含む。）をいう。

設置基準の「前提条件」にある「内部取扱規定」や「地域独自の基準」については、以下の表を参考に作成してください。

<table>
<tr><th colspan="2">項目</th><th>内部取扱規定
（低層部に設置する場合のみ）</th><th>地域独自の基準
（中層部に設置する場合のみ）</th></tr>
<tr><td colspan="2">コンセプト</td><td>―</td><td>・地域の範囲
・エリアの目指すイメージ（にぎわいの形成やまちの魅力向上につながるデザイン性の高いものである）</td></tr>
<tr><td colspan="2">設置位置・数</td><td>―</td><td>・視点場の範囲（メインとなる視点場）に応じた設置位置</td></tr>
<tr><td colspan="2">大きさ・
形態意匠</td><td>―</td><td>・視点場からの見え方を考慮した画面の大きさ
・建物とバランスの取れた大きさ</td></tr>
<tr><td colspan="2">周辺景観との調和</td><td>・地区の良好なまちなみの形成に資するものとする
・【御堂筋地区（例）】周辺のまちなみや建築物全体の形態意匠と調和のとれた、風格ある御堂筋沿道にふさわしい落ち着いたものとする（※１）
・【中之島地区（例）】周辺のまちなみ、水辺景観や建築物全体の形態意匠と調和のとれた、落ち着いたものとする（※１）</td><td>―</td></tr>
<tr><td colspan="2">明るさの基準</td><td colspan="2">・昼間と夜間の適切な輝度
（日中）○カンデラ/㎡以下、（夜間）○カンデラ/㎡以下）
・周辺建物に光害を及ぼさない</td></tr>
<tr><td colspan="2">色彩の基準</td><td colspan="2">・色相差、彩度差が大きすぎない
・高彩度の色彩の面積が大きすぎない</td></tr>
<tr><td colspan="2">映像効果基準</td><td colspan="2">・静止画の切替わり（○秒程度）
・サブリミナル効果等の、見る人等に通常感知しえない方法により、メッセージ等を伝達するものではない</td></tr>
<tr><td rowspan="4">コンテンツの基準</td><td>公序良俗に
反しないもの</td><td colspan="2">・暴力や反社会的なものではない
・風俗的、性的なものではない
・法規に抵触する恐れのあるものではない
・いじめや人権侵害を想起させるものではない</td></tr>
<tr><td>不快感を
与えないもの</td><td colspan="2">・公共の場にふさわしくないものではない
・商品やサービスの内容、価格をアピールするものではない
・歩道や視点場からの見やすさ・読みやすさに配慮した、文字サイズや文字数</td></tr>
<tr><td>パブリックな
コンテンツの
表示内容</td><td colspan="2">・ニュース、天気予報
・防災情報
・行政情報
・まちづくりと連携した内容</td></tr>
<tr><td>その他</td><td>（※２）</td><td>（※３）</td></tr>
</table>

（※１）地区ごとに周辺景観との調和について配慮している事項を記載
（※２）内部取扱規定の公表方法、クレームへの対応方法について記載
（※３）地域独自の基準の公表方法、クレームへの対応方法について記載

手続きフロー（運用前）

デジタルサイネージの設置計画

↓

事前相談

※設置をお考えの際はお早めにご相談ください

↓

デジタルサイネージ設置協議の申出

第 1 号様式、第 1 号様式の必要添付書類

↓

大阪市都市景観委員会の意見聴取

必要な場合のみ

＊委員会の意見聴取対象外となる例

以下のすべてに該当するもの
・低層部（2 ㎡以下）
・中之島地区以外
・中之島に面していない

市から見解を通知

↓

見解通知書に対する回答

第 15 号様式

↓

デジタルサイネージ設置協議の成立

↓

屋外広告物の許可申請等

その他必要な協議

（屋外広告物の許可申請対象外の場合）
・大阪市景観条例に基づく事前協議及び届出

（総合設計制度を利用する場合）
・広告物設置承認申請

↓

デジタルサイネージ設置工事

↓

工事完了報告

第 10 号様式

↓

現地調査

必要な場合のみ

設置基準に**適合**
市から検査結果を通知

↓

設置基準に**不適合**

是正対応

市から検査結果を通知

↓

運用開始

↓

実績報告

詳細な手続きの流れは 8-34 参照

手続きフロー（運用開始後）

運用開始

↓

今期の実績報告（8 月 15 日まで）

第 12 号様式、第 12 号様式の必要添付書類
対象期間：（前年）9 月 1 日～（今年）8 月 31 日

↓

実績報告を踏まえた来期の実施計画に係る事前協議

↓

大阪市都市景観委員会の意見聴取

必要な場合のみ

↓

来期の実施計画の提出（9 月 30 日まで）

第 13 号様式、第 13 号様式の必要添付書類
対象期間：（今年）9 月 1 日～（来年）8 月 31 日

↓

来期の運用開始

↓

現地調査

必要な場合のみ

設置基準に**適合** → **運用継続**

設置基準に**不適合** → **コンテンツ等の計画変更**

↓

デジタルサイネージ変更協議の申出

実施計画書から**大幅に変更する場合のみ**

↓

大阪市都市景観委員会の意見聴取

必要な場合のみ

↓

デジタルサイネージ変更協議の成立

↓

運用開始